

23 Maggio 2019, Museo della Scienza e della Tecnica



**THE PROCUREMENT AWARDS 2019 BEY<sup>in</sup>ND SAVING**





*«Il successo non è definitivo e l'insuccesso non è fatale. L'unica cosa che conta davvero è il coraggio di continuare».*

-Winston Churchill-

**CURIOSITÀ – CORAGGIO – COSTANZA**

*«Quando qualcuno condivide, tutti vincono».*

-Jim Rohn-



**Maria Teresa Bongiovanni, CEO e Co-founder The Procurement**



**“L'esperienza è il solo insegnante in cui possiamo confidare.”**

-Leonardo da Vinci-

*Esperienza e Condivisione sono gli elementi chiave del Procurement Award.*

*Per condividere è necessario Ascolto e Curiosità.*



**“Saper ascoltare significa possedere, oltre al proprio, il cervello degli altri.”**

-Leonardo da Vinci-

**Francesco Calì, Managing Director VALEO-IN, Presidente di Giuria**

L'award beyond saving vuole evidenziare il contributo e il valore che la professione degli acquisti porta alle aziende.



Mettere in luce le professionalità dei manager del settore



Illustrare le best practice aziendali



Evidenziare come le performance d'acquisto accrescono il vantaggio competitivo delle aziende



Attivare il KNOWLEDGE SHARING di tutti i partecipanti.

**FERRERO**

**LAVAZZA**

TORINO, ITALIA, 1895



**VALEO**   
COST PERFORMANCE

 **POLITECNICO**  
MILANO 1863  
SCHOOL OF MANAGEMENT

**Whirlpool**  
CORPORATION



**sky**

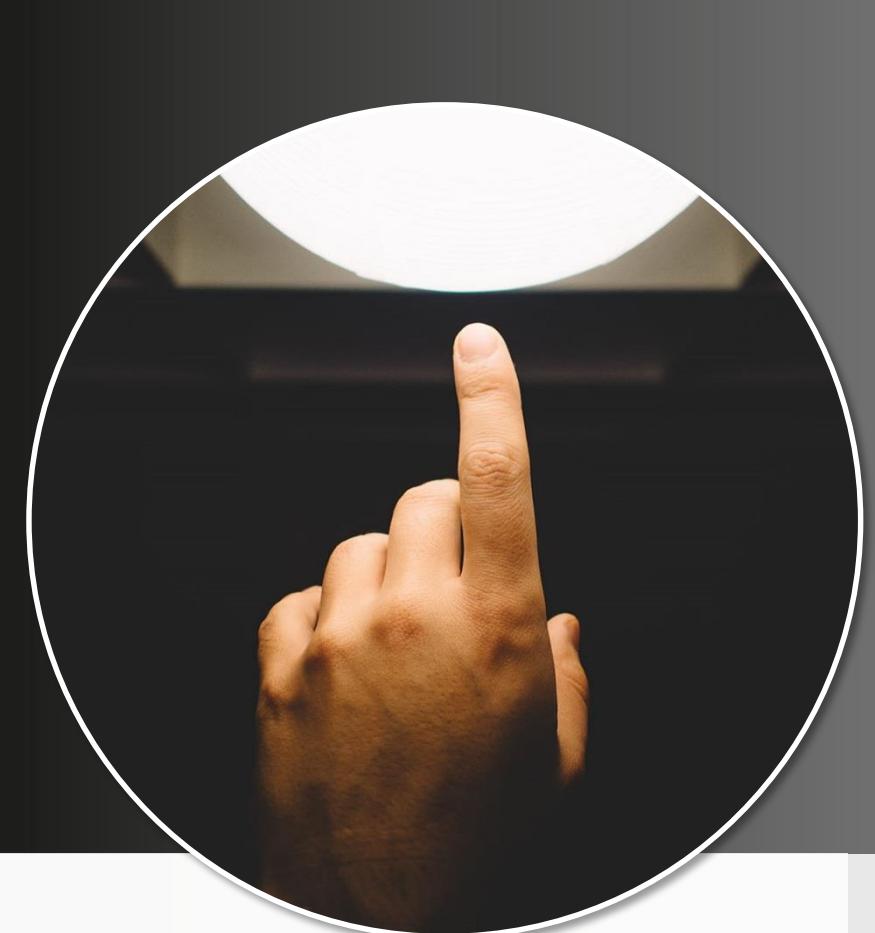
 **DeAGOSTINI**

 **Maire  
Tecnimont**

 **Sisal**



# LE CATEGORIE



Innovazione  
negli Acquisti



Best Practice  
Negoziali



Acquisti in Team  
interfunzionali

Competenze  
negli acquisti

Acquisti Etici  
e Sostenibili



# SPECIAL AWARD



## PREMIO FUORI CONCORSO

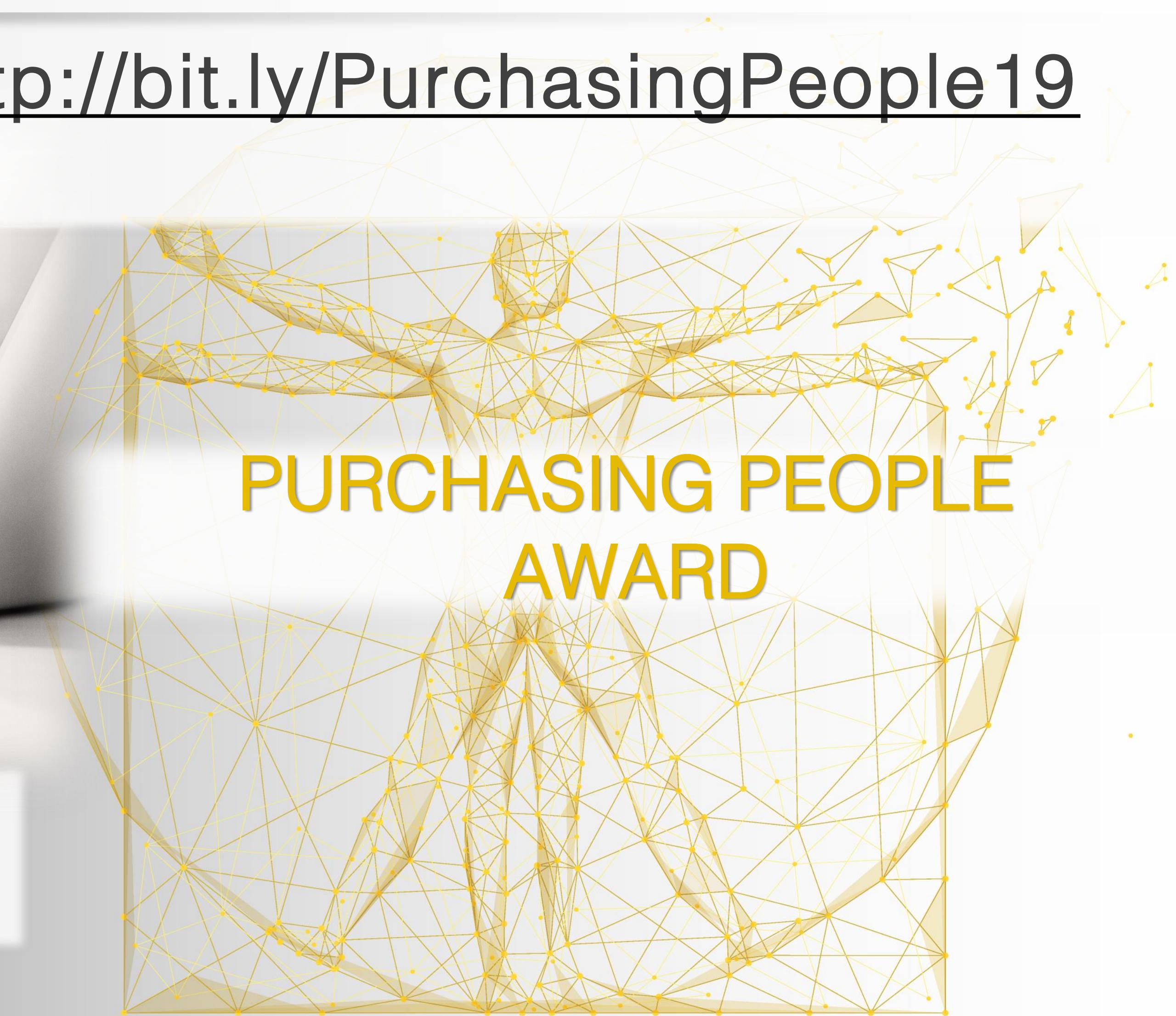
Premio dedicato ai partecipanti delle aziende presenti in Giuria che si sono Classificate come punteggio tra i primi 3 Classificati nelle singole Categorie.

# PREMIO DELLA SERATA

<http://bit.ly/PurchasingPeople19>



**VOTAZIONI TRAMITE APP**  
**Scegliete il vostro preferito!**



# I PROGETTI PRESENTATI

Alto contenuto di **qualità, innovazione e concretezza**

**+10%**: i Progetti presentati rispetto al 2018

**80%**: i Progetti presentati da Aziende Nuove rispetto al 2018

**+ di 115 miliardi** il fatturato delle aziende partecipanti

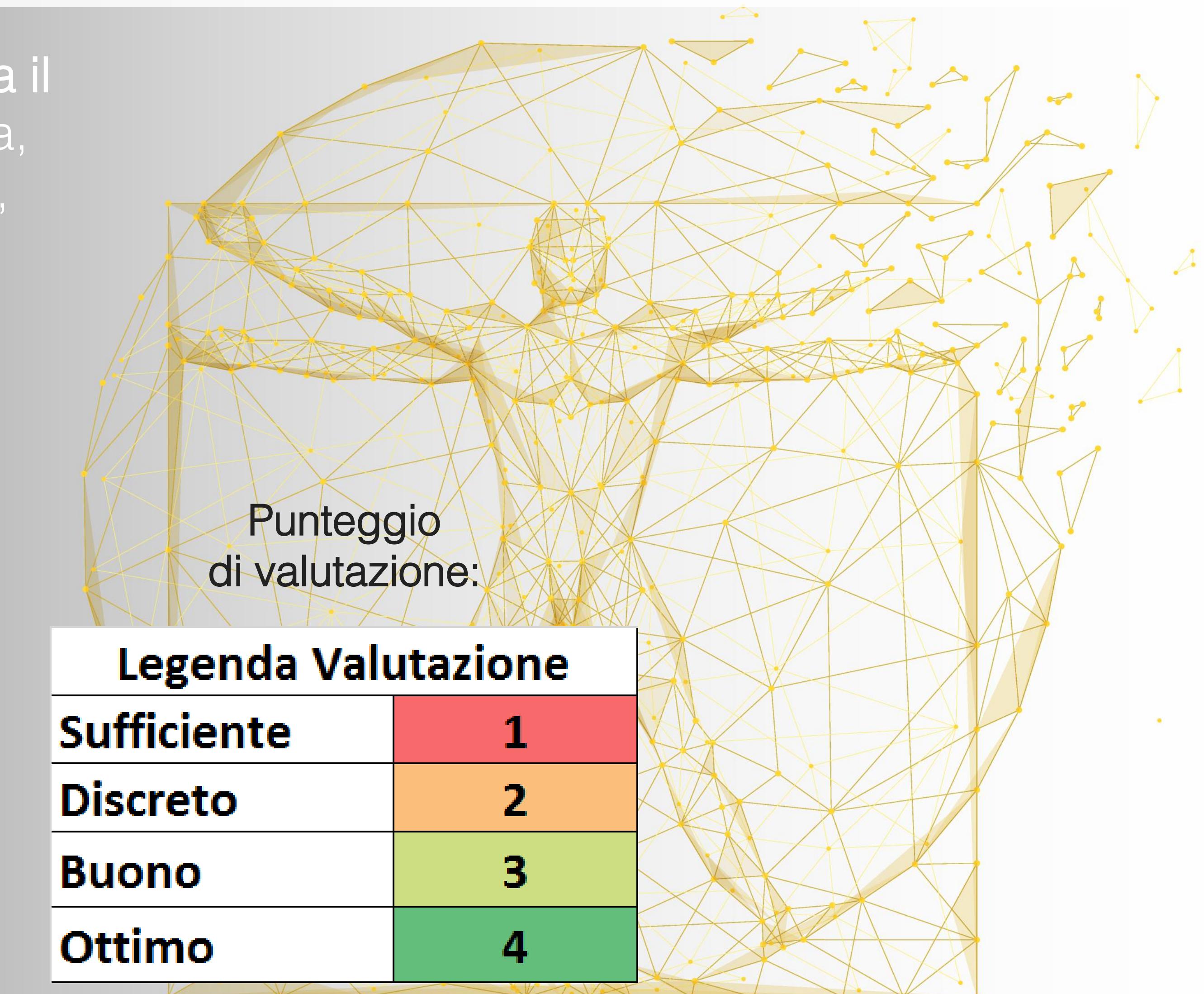
(circa il 7% del PIL ITALIANO circa 1.700 Miliardi)



# LA VALUTAZIONE DEI PROGETTI

La nomina dei primi 3 classificati è avvenuta il 16 maggio 2019. Riuniti in sessione plenaria, ogni giurato ha espresso la sua valutazione, definita sulla base di CRITERI OGGETTIVI. I parametri di valutazione con il loro peso sono stati:

<b>Contenuti</b>	<b>20%</b>
<b>Risultati e Benefici</b>	<b>25%</b>
<b>Carattere Distintivo</b>	
<b>Replicabilità</b>	<b>20%</b>
<b>Chiarezza espositiva</b>	<b>10%</b>



# Innovazione negli acquisti



# Innovazione negli acquisti

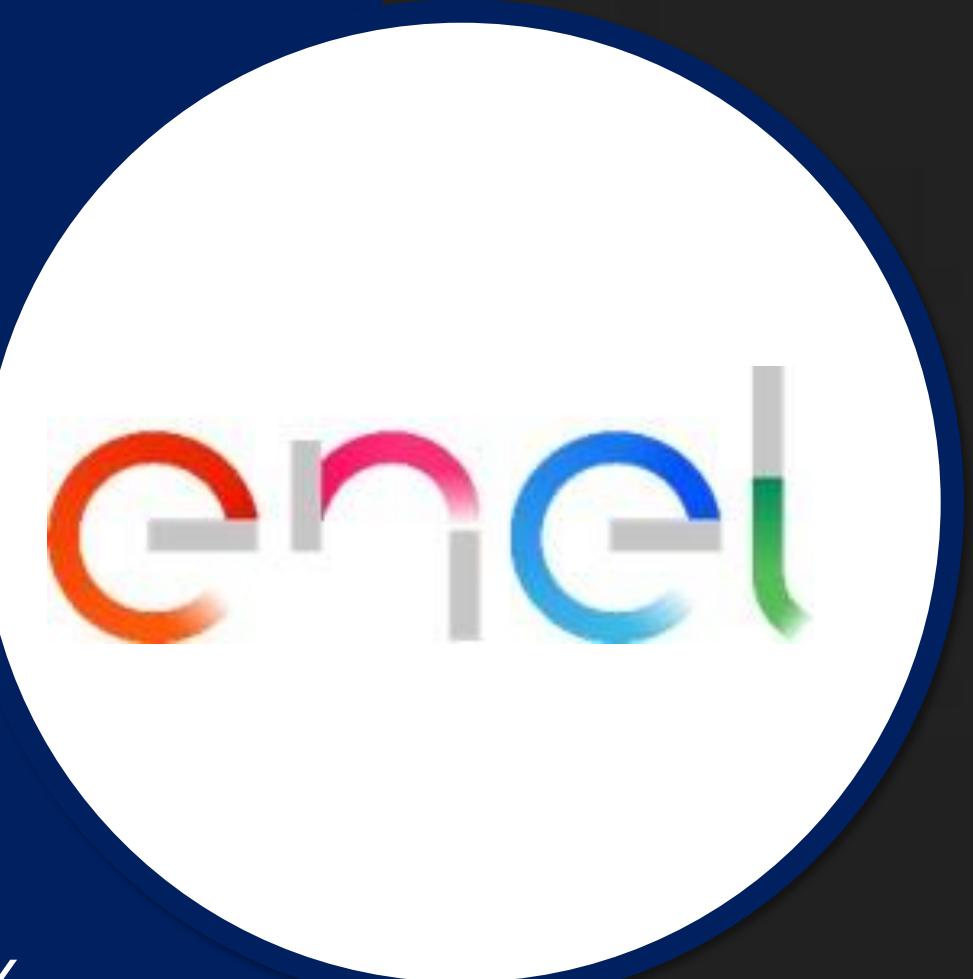
## DIGITAL INNOVATION IN PROCUREMENT

Mario Mosca

*Head of Adoption, Global Procurement  
Digital Hub*

*Fabio Di Gennaro*

*Head of Data Protection, Cyber Security  
and Compliance, Global Procurement  
Digital Hub*



# Enel Global Procurement Digital Innovation



## Enel GP Digital Initiatives Main Drivers



Target users:  
2.500



Technological  
renewal

Improve user  
experience, process  
efficiency and data  
quality

Application map  
rationalization  
and consistency  
with Enel guidelines

Foster data driven  
decision making

Main  
Features

- Easy need plan creation **with workflow management**
- Proposal needs creation for **recurrent needs**
- Automatic **need dispatching**
- **Procurement plan** creation with process tracking
- Integration with buyers **Workload Management tool**

Benefits

- Higher **user friendly interface**
- Contract **planned amount increase up to 70%**
- **Proc Lead time** reduction
- **Efficiency / saving** increase
- **Collaboration** with BSL lines and GP units increase

- Allows all Requesting Units to **monitor**, on their laptop or mobile, the **status of their Procurement processes**
- **Visibility** of the details of each requirement
- Possibility to provide a **feedback to procurement**

- **360° Suppliers overview** of all interactions / relationships with visibility over the following data: Qualification, Tenders, Vendor Rating performance, Health & Safety (suspended list), Sustainability, Industrial Group

Better Performance and User Experience for:

- internal Stakeholders allowing **faster and fact-based decision making tool**
- suppliers providing a full view on **Enel relationship with payment details**



Agile initiatives



18 Sprints  
performed



7 Sprint  
performed



15 Sprint  
performed

# Innovazione negli acquisti

P4I4P  
PROCUREMENT FOR  
INNOVATION  
INNOVATION FOR  
PROCUREMENT

Stefano Fasani  
*Strategic Sourcing Digital &  
Innovation Manager*



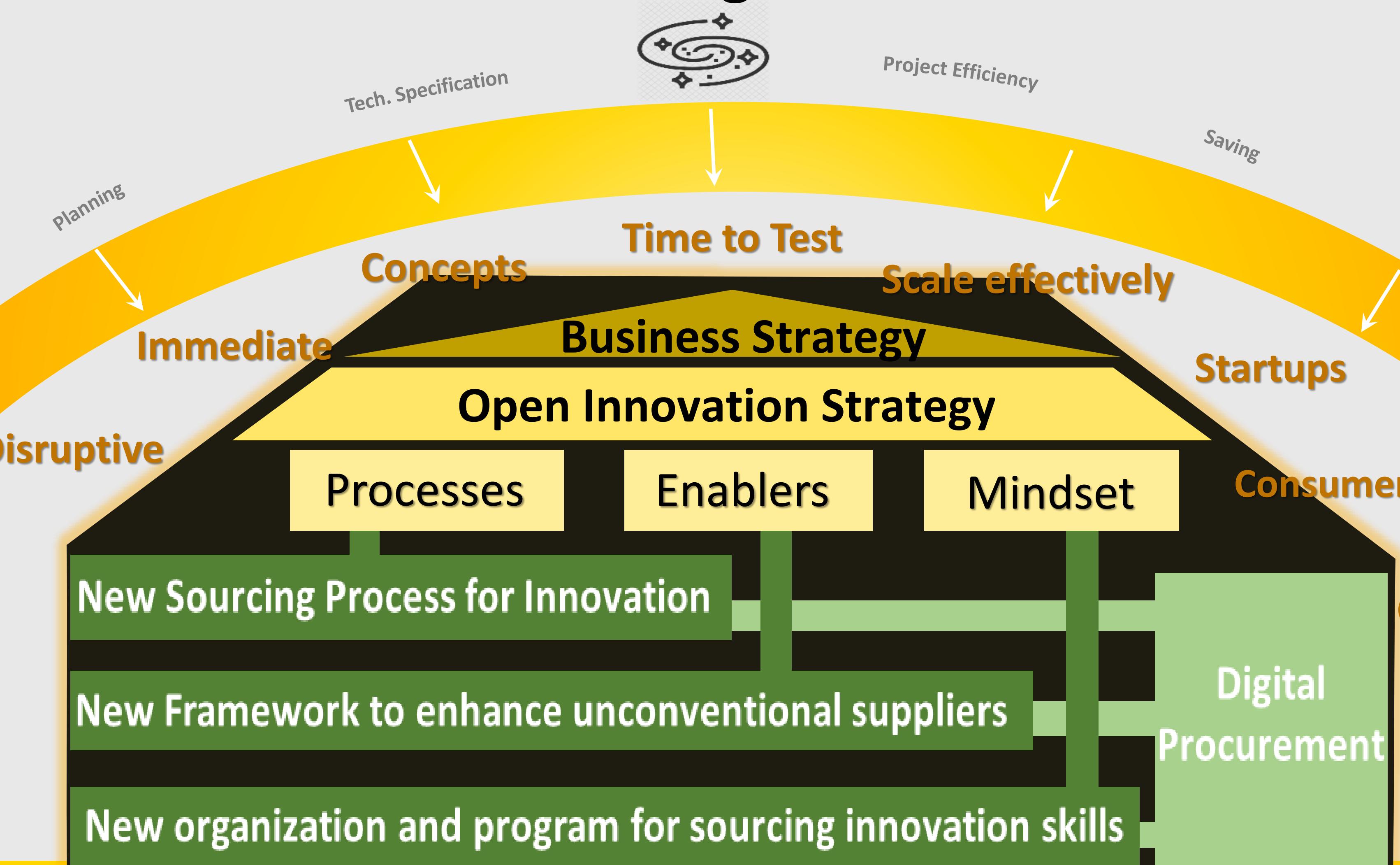
# Sourcing Drivers

## Innovation Strategy



Core Business

## Open Worldwide



## Market Dynamics



Main Tech.



## P4I4P - Innovation Catalyst System

A new Sourcing Paradigm to enhance Company Innovation Process,  
placing the Procurement at the core of Open Innovation Strategy



eni

# Innovazione negli acquisti

## INNOVATIONSDAYS

Anna Campi  
*Planning, Control & Vendor  
Management Category Strategist*



# Progetto «Innovation Days ERG»

## Il Procurement come collettore di persone e di idee



Primario operatore indipendente nella produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili su scala europea

### CONSOLIDAMENTO DEL RUOLO DEL PROCUREMENT

- «strategico» per l'attuazione degli obiettivi del Business Plan
- «trasversale» alla struttura organizzativa per l'interazione con le funzioni aziendali

### PROGETTO INNOVATION DAYS

Gli INNOVATION DAYS sono incontri ORGANIZZATI DA PROCUREMENT tra fornitori attuali e potenziali, portatori di soluzioni innovative applicabili ad ampi ambiti di attività, e le **funzioni aziendali** interessate (linee e staff). Si svolgono in sessioni giornaliere presso la sede ERG.

#### ALCUNI DATI ....

... 18 fornitori intervenuti

... oltre 30 partecipanti nelle 9 sessioni organizzate

... circa 20 funzioni aziendali coinvolte

... 20 siti produttivi coinvolti in test / verifiche

... 2 progetti pilota

... 4 nuovi fornitori introdotti in Vendor List

... 6 visite presso siti fornitori

... rivisitazione merceologie di qualifica

... allargamento dei processi competitivi



Videosorveglianza da remoto



Realtà virtuale e aumentata per formazione e maintenance



Sensibilizzazione alla cultura HSE



Utilizzo droni per l'ispezione impianti



I nostri incontri

**«Iniziare un nuovo cammino spaventa, ma dopo ogni passo che percorriamo ci rendiamo conto di come era pericoloso rimanere fermi»** [Roberto Benigni]

[Roberto Benigni]



# Innovazione negli acquisti



Giuseppe Pacotto  
*CEO*





“

L'INNOVAZIONE NEL PROCUREMENT TRAE BENEFICIO  
DALL'ADOZIONE DI PIATTAFORME COLLABORATIVE E  
SOLUZIONI DI ADVANCED ANALYTICS IN GRADO  
DI SUPERARE I TRADIZIONALI APPROCCI A SILOS.

”

3° CLASSIFICATO



### MOTIVAZIONE

*Per il ruolo strategico degli acquisti nell'essere promotore di Innovazione attraverso l'organizzazione di Innovation Days*

Innovazione negli  
acquisti



**THE WINNER IS...**



**MOTIVAZIONE**

*Per la definizione di un nuovo  
Modello di Sourcing con un  
Ruolo centrale del Procurement  
nelle iniziative di Open  
Innovation e Motore di  
evoluzione di player innovativi*

**Innovazione negli  
acquisti**

2° CLASSIFICATO



### MOTIVAZIONE

*Per l'implementazione del Digital HUB a supporto della trasformazione digitale degli Acquisti, che ha permesso di rendere AGILE i principali processi*

**Innovazione negli  
acquisti**

# Best Practice Negoziali



# Best Practice Negoziali

## GENERATORE MADE IN TURKEY

Gianluca Naddeo,  
*Direttore procurement*




**2**

**Opportunità da sfruttare**

*Offrire il generatore locale?*


**1**

**Evoluzione del Mercato**

*Posizione di Exergy minacciata*


**9**

**Acquisizione nuove commesse**

*Consolidata posizione di mercato*


**8**

**Raggiungimento obiettivo**

*Vantaggio competitivo*

**3**

**Cercare il giusto partner**

*Avviare produzione locale*


**4**

**Convincere il cliente**

*Maggiori guadagni garantiti*


**5**

**Accordo Quadro col Fornitore**

*Mutua esclusività, rischi condivisi*

**6**

**Analisi difficoltà operative**

*Ente ministeriale, mercato locale*


**7**

**Supporto su aree critiche**

*Expediting ‘feroce’*



# Best Practice Negoziali

RAZIONALIZZAZIONE COSTI  
GENERALI  
“PULIZIE AEROPORTUALI”

Cristian Solari,  
*Direttore acquisti e appalti e Servizi  
generali*

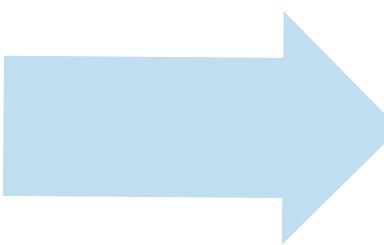


# Progetto Razionalizzazione Costi «Pulizie Aeroportuali»

SACBO è la Società che gestisce l'Aeroporto Internazionale di Bergamo - Orio al Serio, il terzo d'Italia, dopo Fiumicino e Malpensa. 13 milioni di passeggeri (+16% nel biennio)

## Dimensioni del Progetto

- 90.000 mq superficie
- 1.600 t/anno rifiuti urbani
- 21 macro Aree
- 48 zone diverse
- 1.135 ambienti censiti



## «Design to cost» - Società Consulenza «Success Fee»

- Calcolo superfici nette
- Definizione rese standard
- Contatori ingressi bidirezionali
- Totem «Customer Satisfaction»



AEROPORTO PIU' PULITO



COSTI ANNUI INFERIORI: - 23%



FORTE NEGOZIAZIONE CON COMUNE E IMPRESE



TASSE RIDOTTE: - 42 %

# Best Practice Negoziali

SHOULD COST: HOW TO  
REDESIGN THE APPROACH TO  
NEGOTIATION IN A GLOBAL  
UTILITY COMPANY

Rosa Santangelo

*Global Procurement Transformation  
Office*

Giacomo Coluccia

*Procurement Intelligence, Global  
Thermal Generation Procurement*



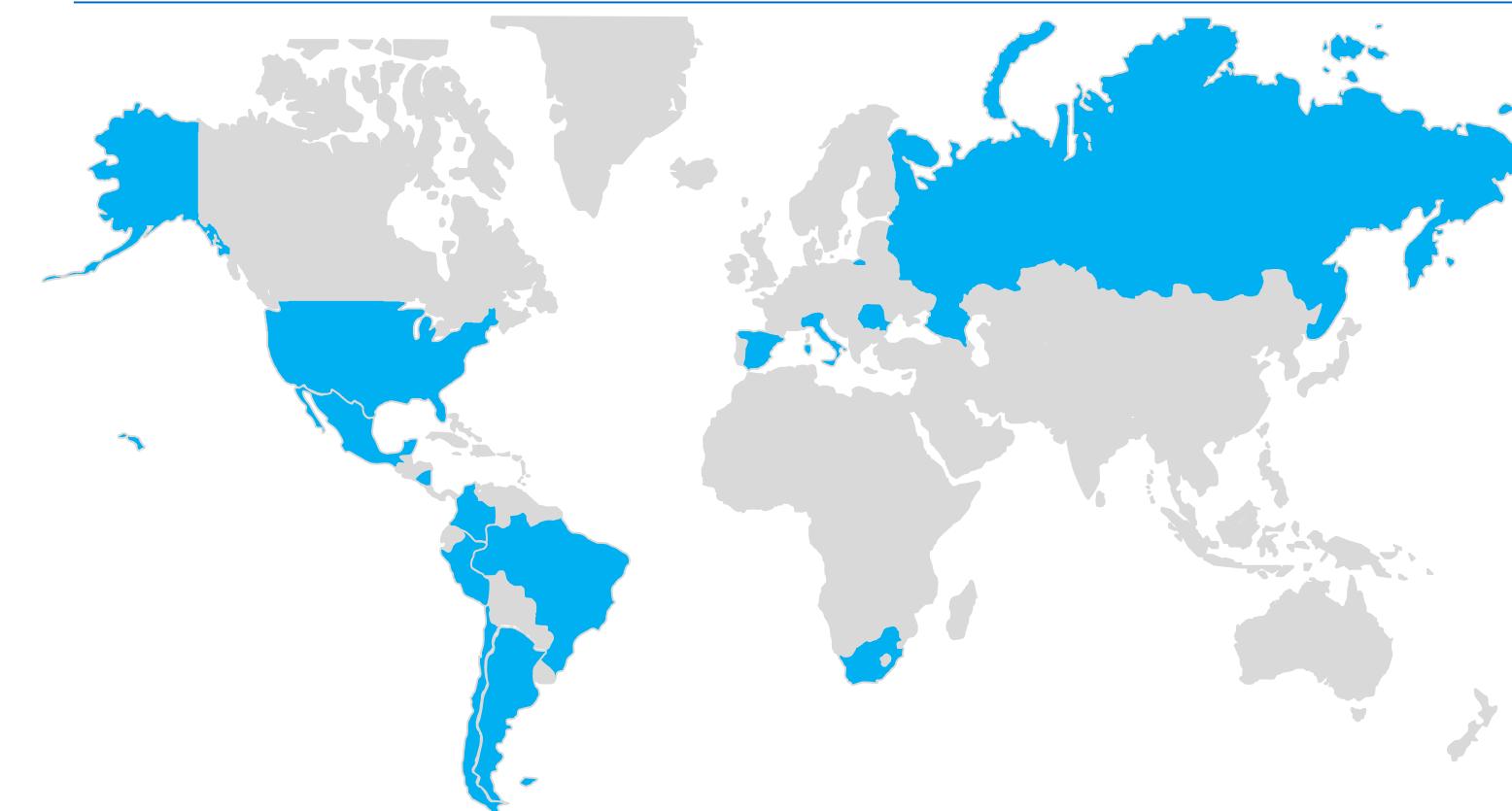
# Should Cost: how to redesign the approach to negotiation in a global utility company



## Scope

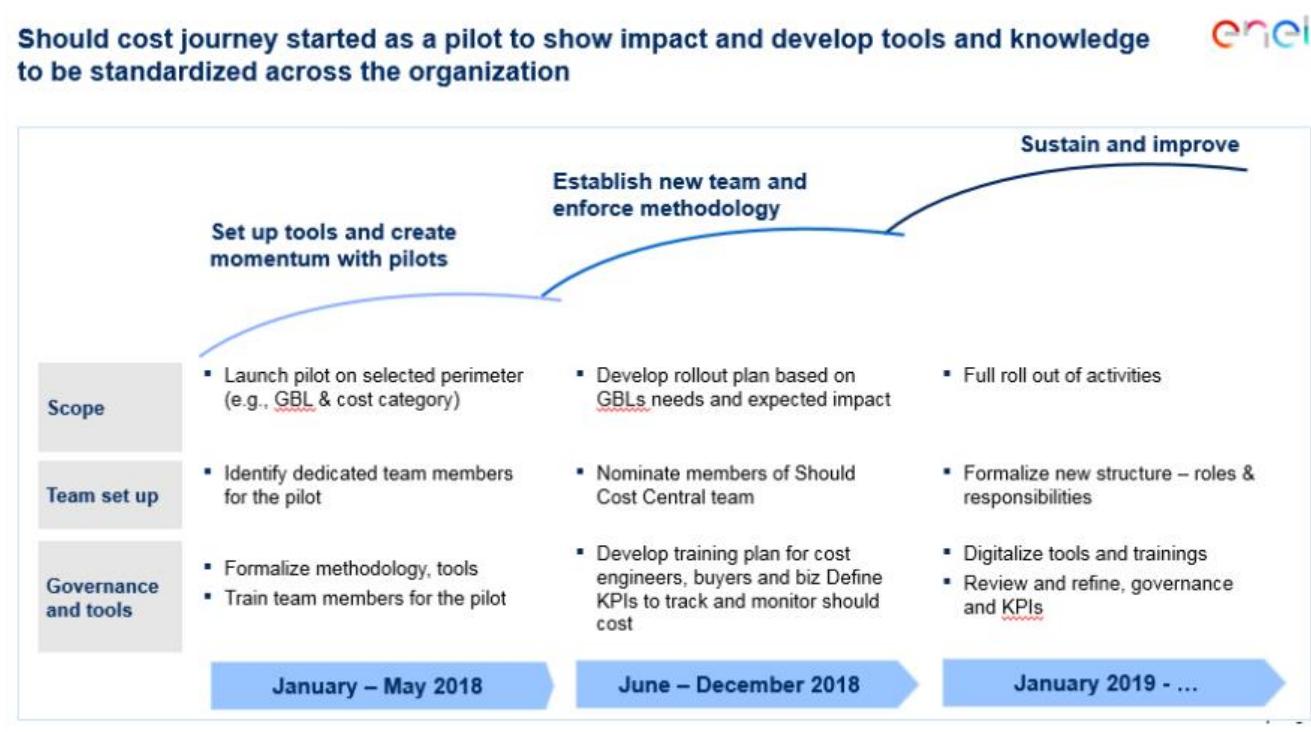
Set up of a proper infrastructure (governance, knowledge, organization and IT tools) to allow most effective application of Should Cost lever<sup>1</sup>. Lever aimed at implementing a set of quantitative methodologies, to support negotiation phase and go through the tender process (from tender launch to contract management phase) to maximize cost visibility across the overall organization

### A Perimeter of applicability



- 15 countries
- +700 buyers
- + 600 merchandise groups
- Approx. 15 Bn€ spending per year

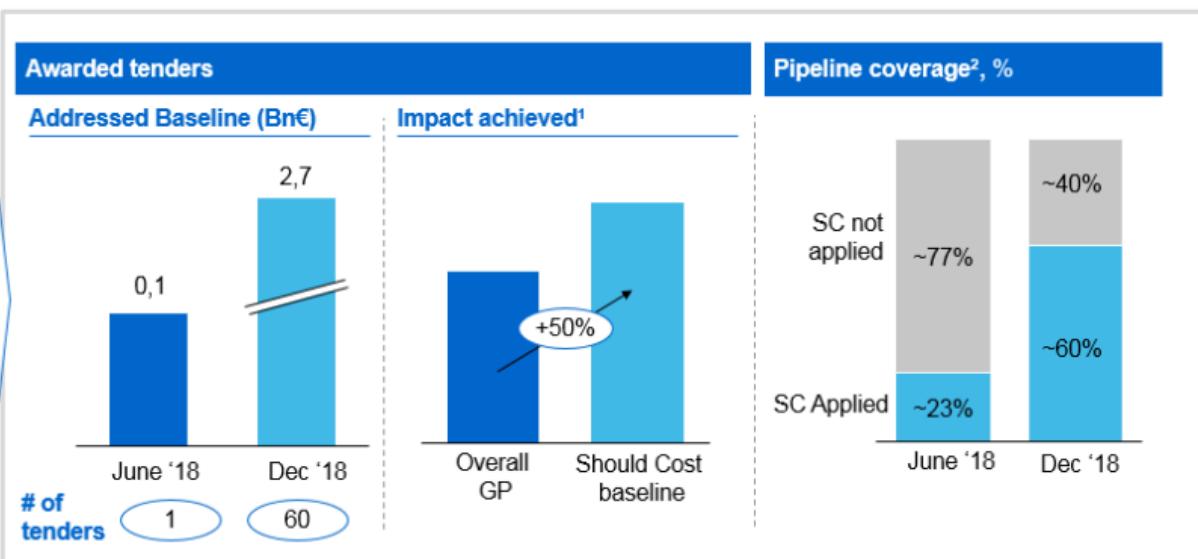
### B Project milestones



- Mapping of existing costing practices and spend analysis to define perimeter of application
- Definition of **analytical tools** to be standardized
- **Set up of governance, organization, IT tools**
- Creation of a **tear-down lab<sup>3</sup>**

### C Impacts and examples

- ✓ The impact was monitored comparing results of the tender with application of the lever towards the overall performance of the function
- ✓ During the first six months of the roll out of the project, approx. 3 Bn€ were addressed involving +100 people
- ✓ The application on ongoing tenders was matched with constant feeding of the pipeline, to do not lose momentum



#### Process roll out (June-Dec '18):

- Baseline: 2,7 Bn€ (~40% of the spending in the same period)
- Impact: +50% saving<sup>2</sup>

#### Process up and running (target 2019):

- Baseline to address : minimum 60% of total spent (~ 10 Bn€ expected)

Dissemination plan and communication campaign launched since the beginning to build knowledge inside and outside the function and improve sustainability

1. Set of analytic methodologies aimed at supporting negotiation, through identification of main cost drivers and objective elements useful to explore supplier's cost structure 2. Compared to Group overall saving in the same period 3. Internal space dedicated to disassembly of physical products, aimed to identify component parts, functionalities and component costing information.

# Best Practice Negoziali



Luca De Angelis  
*Managing Director HRS Italy and Spain*



HRS supporta la categoria "**Best practice negoziali**"  
coerentemente con la sua missione di offrire un processo **end-to-end**  
automatizzato per la gestione dell'**hotel corporate travel** che garantisca  
pieno controllo dell'hotel program e **real saving**



3° CLASSIFICATO



MOTIVAZIONE

*Una metodologia oggettiva di ottimizzazione delle spese di Pulizia e miglioramento del livello di servizio in un contesto di complessità*

Best Practice  
Negoziali



**THE WINNER IS...**



### MOTIVAZIONE

*Una metodologia oggettiva di stima dei costi che permette di definire target d'acquisto rendendo più efficace le performance negoziali*

# Best Practice Negoziali

2° CLASSIFICATO



**EXERGY**

### MOTIVAZIONE

Un caso concreto di contributo degli Acquisti a sostegno dello sviluppo commerciale attraverso lo sviluppo di una partnership con un fornitore strategico

**Best Practice  
Negoziali**

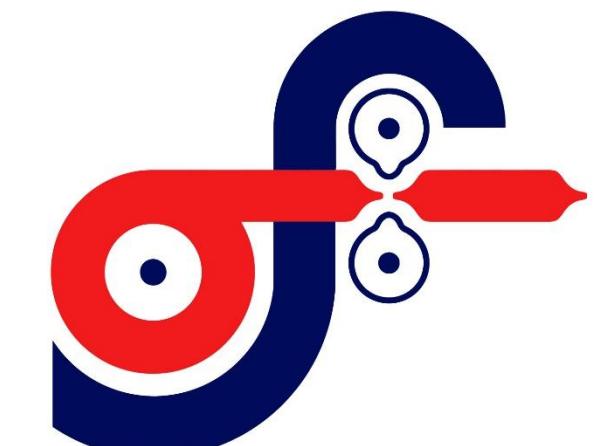
# Acquisti in Team interfunzionali



# Acquisti in Team interfunzionali

DESIGN TO VALUE

Paola Blasi  
*Logistic manager*



**FAMECCANICA**  
Non stop innovation



# FAMECCANICA - DESIGN TO VALUE



## Esigenza

Aumentare la competitività di Fameccanica senza intaccare le performance e la qualità costruttiva delle nostre linee produttive.

## Step Change

Nuovo approccio sinergico nel flusso di gestione del progetto: il paradigma di un nuovo ecosistema azienda-fornitori.

**Customer Need**  
**Teamworking**  
**Comakership con i Ns. partner**  
**Knowledge sharing**



## Design to value



## Risultati

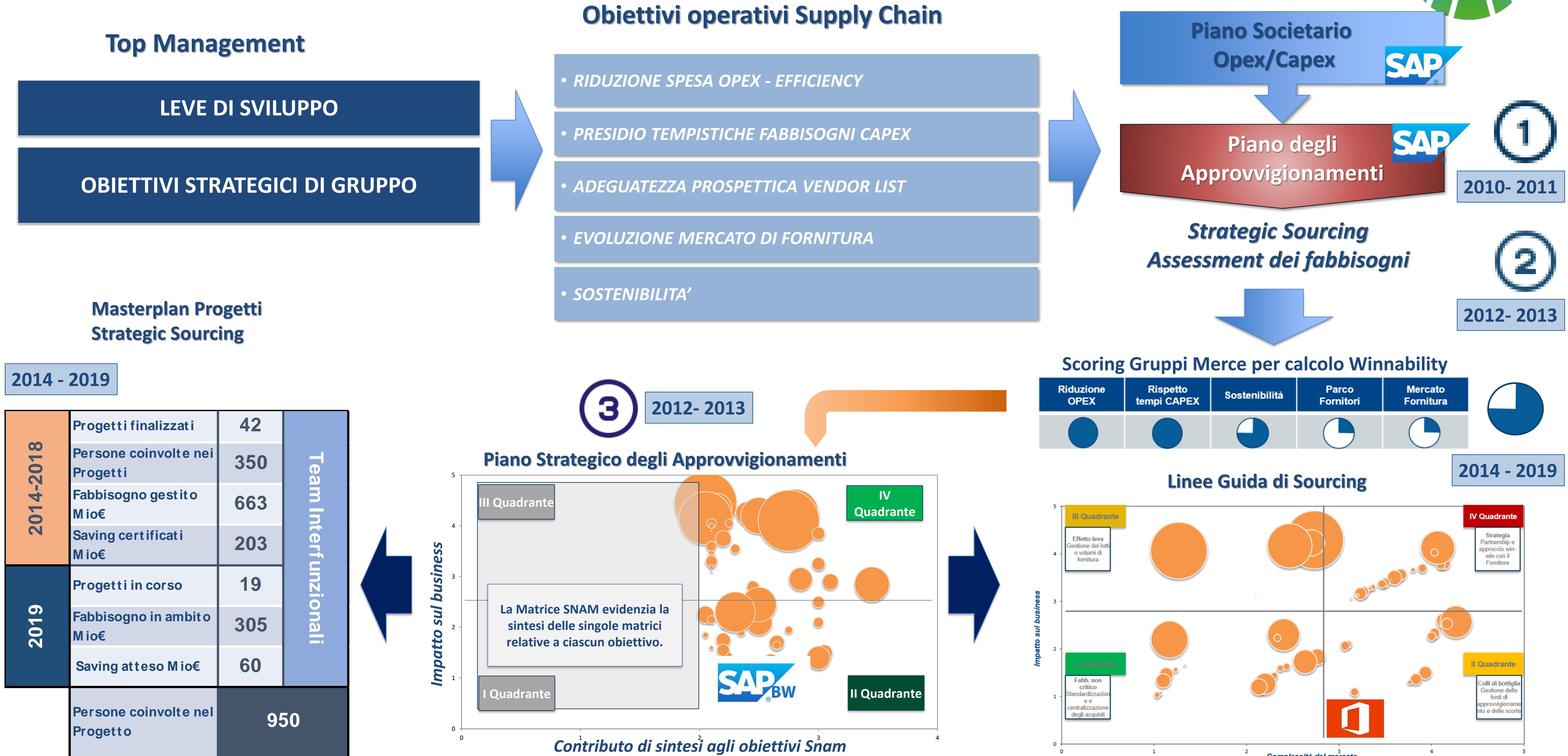
	TARGET	RISULTATO
Riduzione costo materie prime	-12,5%	-17%
Durata fase di procurement	12 settimane	10 settimane

# Acquisti in Team interfunzionali

PROCUREMENT PLANNING AND  
STRATEGIC SOURCING

Cristiano Cella  
*Strategic Sourcing Manager*





# Acquisti in Team interfunzionali

PROGETTO ULYSSES – LA  
NUOVA FARMACIA DEI SERVIZI

Sabrina Mazzolo  
*Finance IT & Business Operations  
Procurement and Services*





Progetto Cross-Funzionale

# ULYSSES

la nuova soluzione Roche per la  
farmacia dei servizi

# Acquisti in Team interfunzionali

RIDEFINIZIONE DEL CONTRATTO  
DELLO SCARICO DELLA  
MATERIA PRIMA, LO ZUCCHERO  
GREZZO

Pierpaolo Campo  
*Responsabile acquisti*

**SRB**

S. p. A.



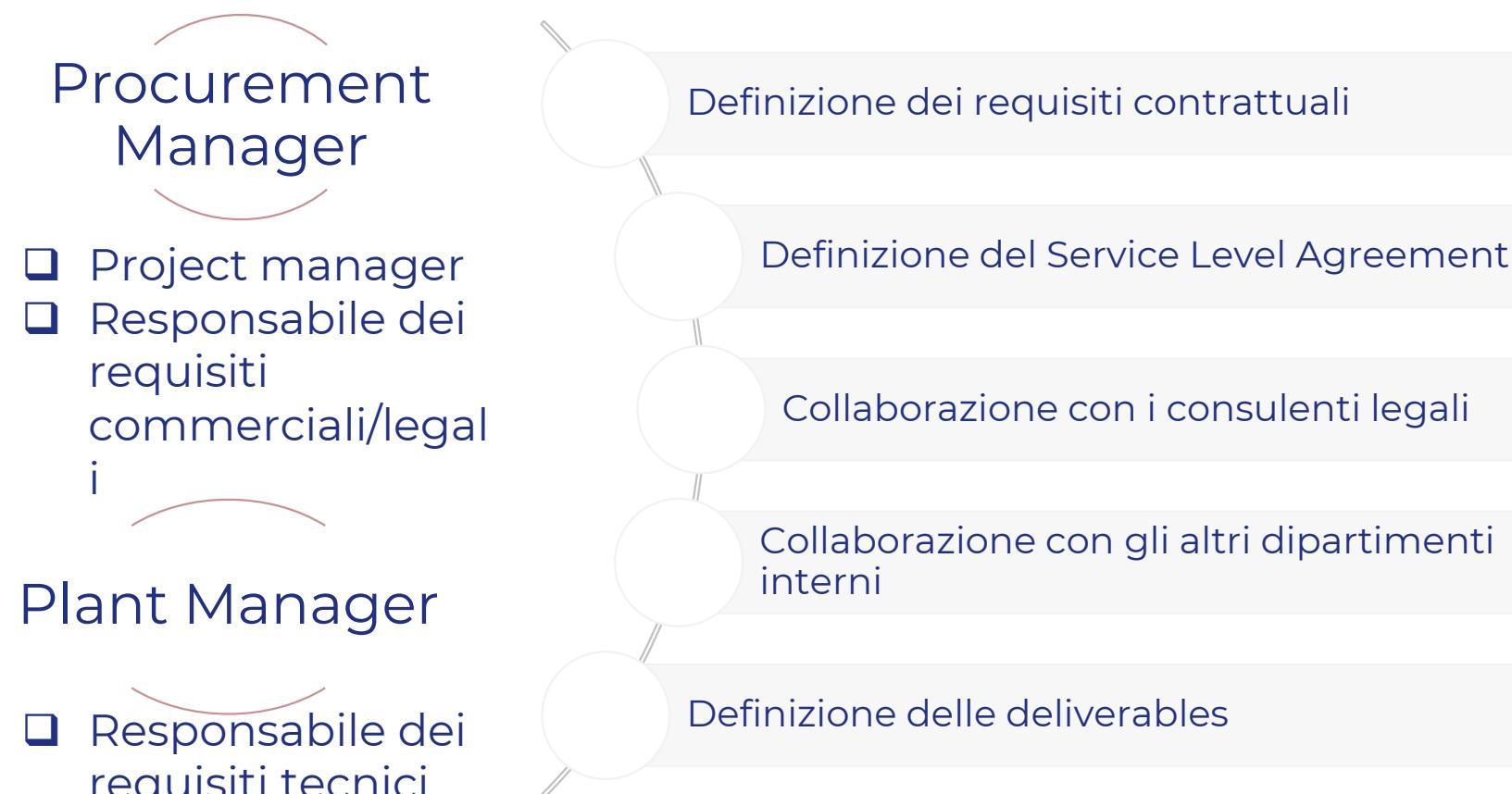
# Acquisti in team interfunzionale

## Ridefinizione del contratto dello scarico della materia prima, lo zucchero grezzo.

### Obiettivi

- Partnership di lunga durata
- Capitolato chiaro ed oggettivo
- Riduzione del TCO

### Protagonisti del progetto



### scheduling

fase	descrizione	owner	obiettivo	giorni
1	Definizione dei requisiti tecnici	Acquisti / Operations / Consulente	Stesura del capitolato tecnico	15
2	Definizione dei requisiti commerciali e legali	Acquisti / Consulente	Stesura del documento delle condizioni di offerta e template del contratto	15
3	Marketing d'Acquisto	Acquisti	Preparare una short list di tre fornitori con autorizzazioni e background per eseguire l'attività al porto di Brindisi	7
4	Incontri one-to-one con ogni fornitore e selezione fornitore	Acquisti / Operations	Valutazione delle competenze tecniche di ogni fornitore, richiesta di una quotazione budgettaria e selezione del miglior candidato per la negoziazione diretta	15
5	Negoziazione diretta	Acquisti / Operations	Definizione delle condizioni economiche, definizione della compliance alle condizioni tecnico/legali con rilascio di una versione aggiornata del capitolato e del contratto	10
6	Conclusione del contratto	Acquisti	Formalizzazione dell'accordo	3

### Risultati

#### Passaggio da fornitura a partnership

L'obiettivo è stato raggiunto riuscendo a trovare un unico partner autorizzato ad operare nell'area portuale con competenze su entrambe le macro attività.

#### Miglioramento della qualità del servizio

L'obiettivo è stato raggiunto con il capitolato composto da una lista di requisiti numerati che individuano e descrivono in modo dettagliato e oggettivo il fabbisogno di SRB. Il documento redatto diventa contrattuale (compliance matrix) e operativo oltre che utile a misurare la performance del fornitore (SLA, deliverables, progress meeting).

#### Riduzione del TCO

L'obiettivo è stato raggiunto eliminando un fornitore dal processo (0,5% su costo totale di gestione fornitori), ottenendo un saving del 7% sul contratto rispetto agli anni precedenti, eliminando gli indennizzi a favore dell'armatore per le controstallie grazie al SLA agganciato a delle penali contrattuali (15-20% del valore contrattuale gli scorsi anni), riduzione delle non conformità (5-10% del valore del contratto) grazie alle competenze del fornitore selezionato.

### SLA

$D_{max} = \text{Durata Massima di Scarico in ore}$   
 $Z = \text{zucchero totale da scaricare in ton come da Piano di Scarico}$   
 $R_mG = \text{Rata Minima di Scarico in ton per ora, inteso come 60 minuti continuativi senza sospensioni}$   
 $C = \text{ritardo accumulato in ore, arrotondato per eccesso all'unità, per interruzioni imposte dal comandante della nave}$   
 $R = \text{ritardo accumulato in ore, arrotondato per eccesso all'unità, dovuto a sospensioni attività autorizzate da SRB, e/o a causa di forza maggiore}$   
 $V = \text{ritardo accumulato in ore, arrotondato per eccesso all'unità, per interruzioni dovute alla forza del vento superiore a 20 kn (riferimento avvisatore marittimo porto di Brindisi)}$   
 $N = 8 \text{ qualora SRB vietи l'utilizzo dei nastri da trasporto ad esclusione dei casi di forza maggiore. Altrimenti } N = 0.$   
 $F = \text{numero di ore del Sabato, Domenica e Festivi che cadono all'interno della finestra dello scarico nave}$

$D_{max} \leq (Z / R_mG) + C + V + X$   
con  
 $X = F \text{ se } F \geq (R + N)$   
 $X = R + N - F \text{ se } F < (R + N)$

# Acquisti in Team interfunzionali

*«Partecipare al The Procurement Awards  
per condividere obiettivi e creare  
partnership tra Clienti e Fornitori».*

Angelo Brienza

– Head of Business Development –



# 3° CLASSIFICATO



## MOTIVAZIONE

*Per il lavoro del Team nel considerare fattivamente i fornitori come risorse chiave per il business dell'azienda*

# Acquisti in Team interfunzionali

3° CLASSIFICATO



#### MOTIVAZIONE

Per la definizione di un modello di acquisti interfunzionale in funzione della rilevanza strategica dei progetti e di impatto sull'EBIT dell'azienda

## Acquisti in Team interfunzionali

**THE WINNER IS...**

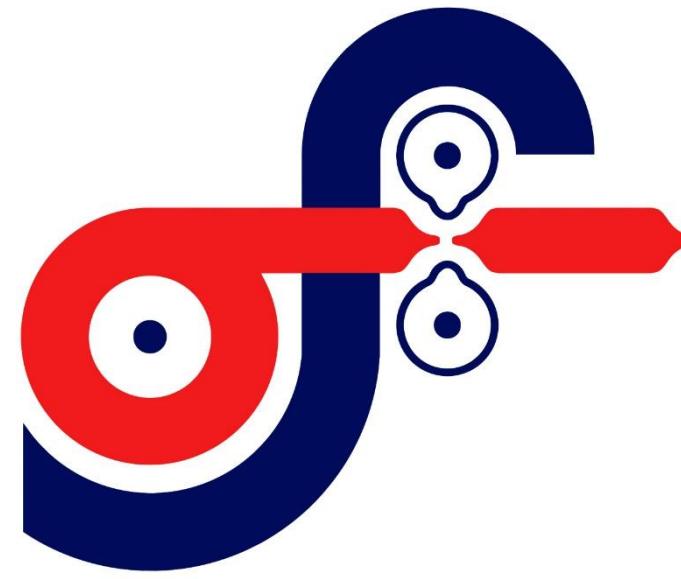


**MOTIVAZIONE**

Un ottimo contributo degli  
Acquisti nel supportare lo  
sviluppo di un nuovo business

**Acquisti in Team  
interfunzionali**

# 2° CLASSIFICATO



**FAMECCANICA**  
Non stop innovation

## MOTIVAZIONE

*Per lo sviluppo di un processo di coinvolgimento degli Acquisti e dei fornitori nel Team di Sviluppo Prodotto*

**Acquisti in Team  
interfunzionali**

# Competenze negli acquisti



# Competenze negli acquisti

PROCUREMENT SCHOOL

Desislava Delistoyanova  
*People & Organization, Global  
Procurement*

Silvia Altobelli  
*People & Organization, Global  
Procurement*



# Procurement School

## Global Procurement / Development P&O



100% procurement team to be involved:

2018 – 327 employees

2019 – 518 employees

Over 11 countries

675 Participations in Workshops

4,0  satisfaction evaluation

### What

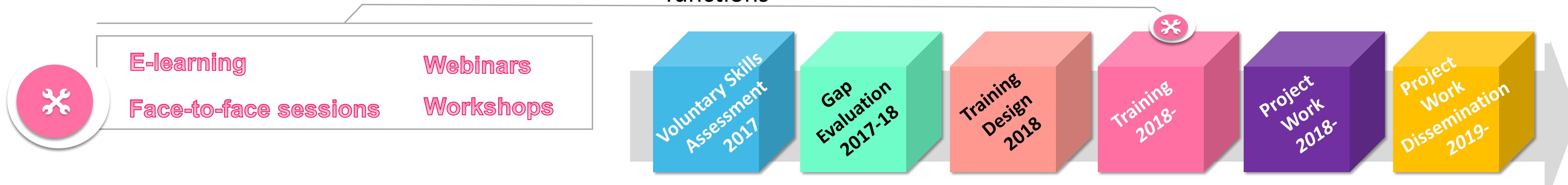
- Procurement School is **blended training initiative**

### Why

- Improve the **capabilities** and **know-how** in the worldwide Procurement Team.
- Contribute to sustainability and to the **competitiveness** of Enel Group.

### How

- Identify the procurement **capabilities gaps**
- Design and implement a **training roadmap** including E-learning, Face-to-face training, project works, webinars and workshops organized together with other functions



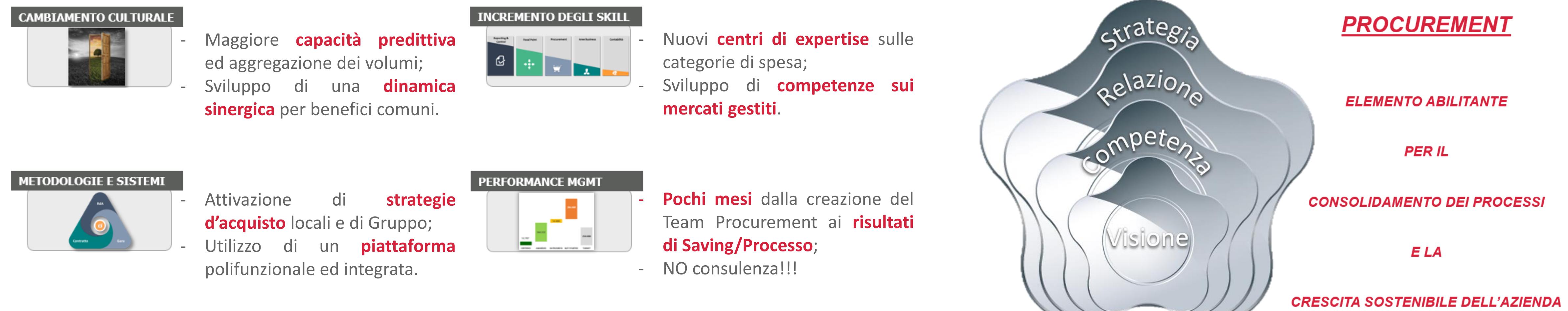
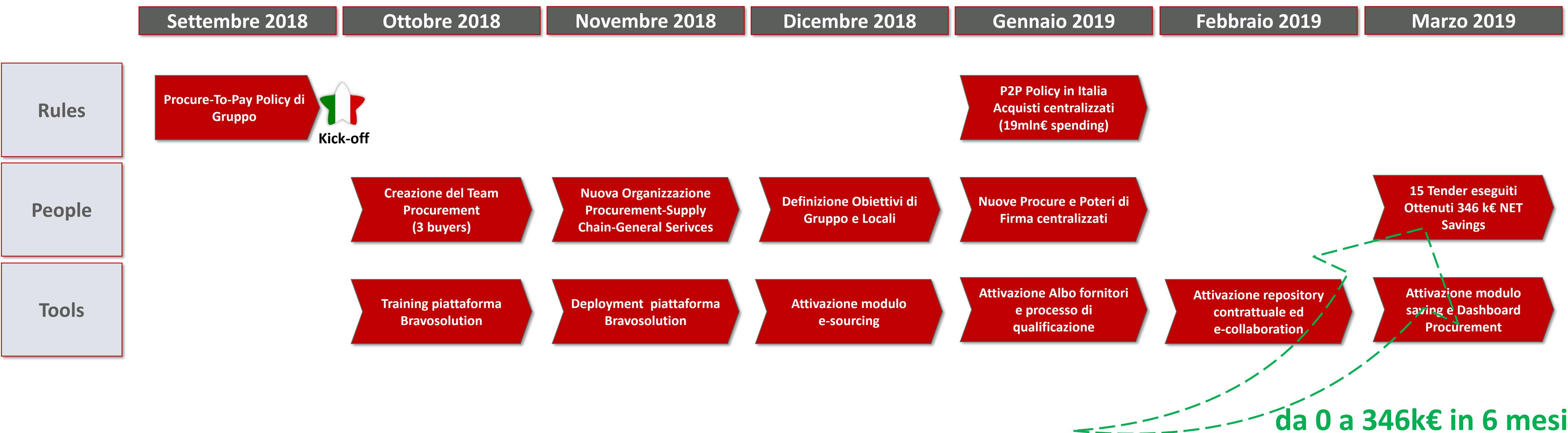
# Competenze negli acquisti

PROCUREMENT START-UP

Errico Giallonardo,  
*Procurement &  
Supply Chain Manager*



## «Procurement start-up» in Verisure Italy



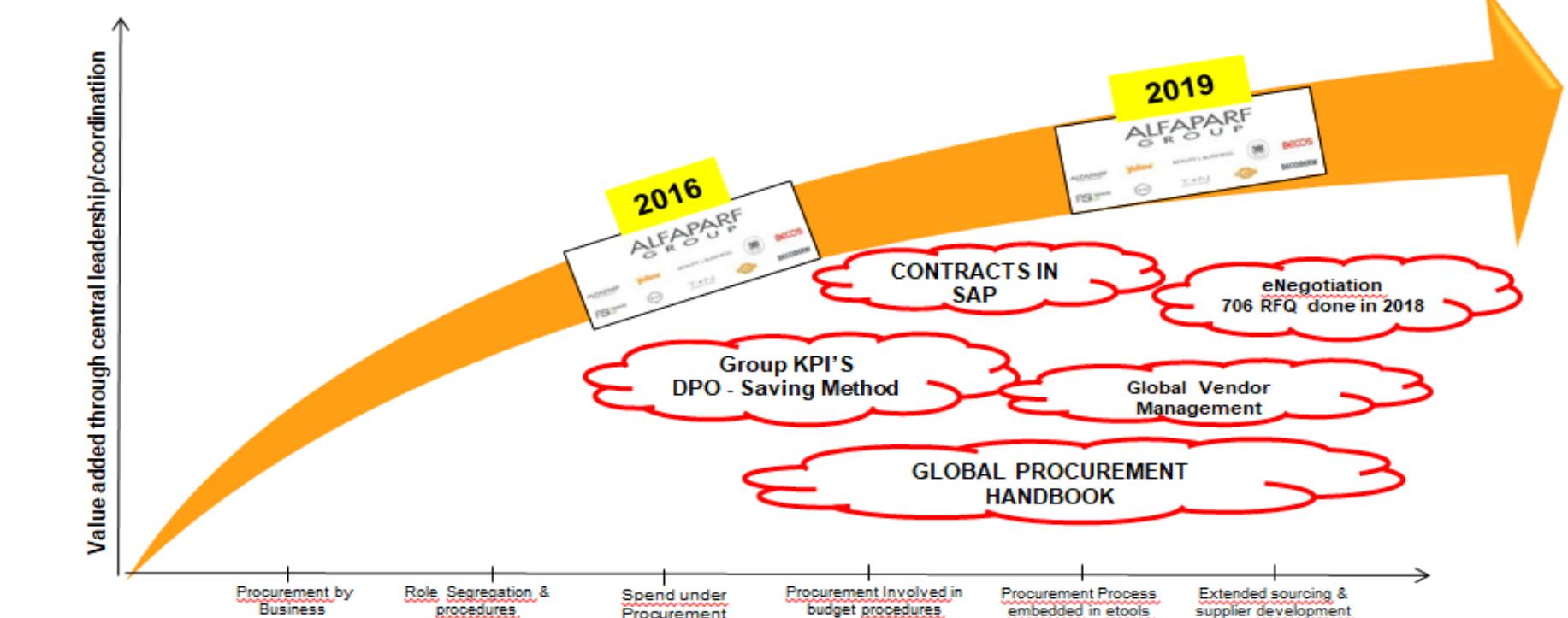
# Competenze negli acquisti

PROGETTO KISS

Guillermo Sarria  
*Global Category Manager*

ALFAPARF  
GROUP





“Buy right”



## The Team

“Buy cheaper”



“Buy less”

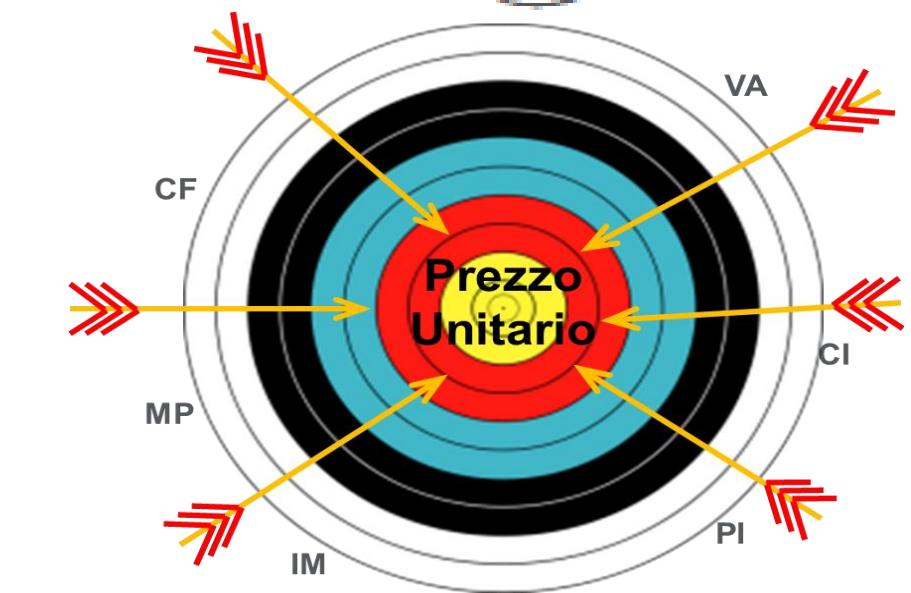


“Pay Longer”



Right people in right position - Pochi ma Bravi  
Pocos compradores pero buenos!!

# Loser-loser è meglio



# Entropy: it's the company trend to waste money

(as Procurement principle and also from our humble point of view)

# Competenze negli acquisti



Raul Messinese  
*Senior Partner*





## SVILUPPO COMPETENZE

IL MONDO CAMBIA MOLTO VELOCEMENTE

DIFFICILE MIGLIORARE LE PERFORMANCE

«*SUCCESS FEE*»



UNA «*SFIDA VINCENTE*»

SUCCESSI



94%

RISPARMI MEDI



19%

3° CLASSIFICATO



**ALFAPARF**  
GROUP

MOTIVAZIONE

*Per lo sviluppo ed  
implementazione di un  
progetto di creazione delle  
competenze d'acquisto*

Competenze negli  
acquisti



**THE WINNER IS...**



**MOTIVAZIONE**

*Un percorso formativo completo e strutturato per migliorare le skills degli Acquisti*

**Competenze negli  
acquisti**

# 2° CLASSIFICATO



**verisure**  
SMART ALARMS

## MOTIVAZIONE

*Per l'implementazione di veri e propri centri di expertise sulle singole categorie di spesa attraverso la creazione di FOCAL POINT.*

# Competenze negli acquisti



# Acquisti Etici e Sostenibili



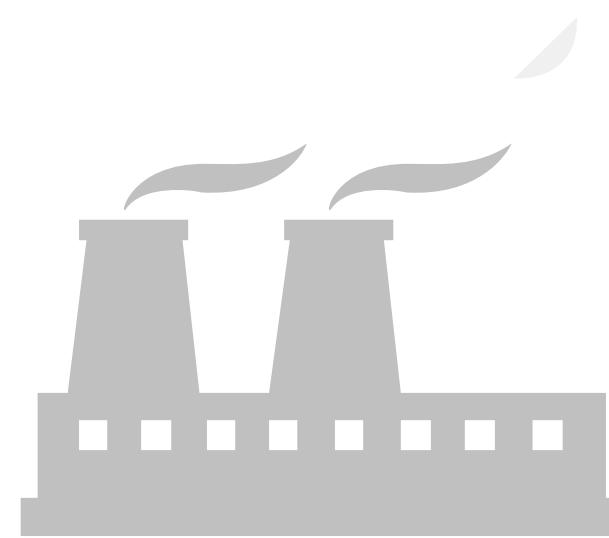
# Acquisti Etici e Sostenibili

GENDER PROCUREMENT

Laura Carpineti,  
*Responsabile Settore Legale  
Appalti e Contratti*



# GENDER PROCUREMENT - GRUPPO CAP



GRUPPO CAP, gestore del servizio idrico della Città Metropolitana di Milano, tra gli obiettivi di sostenibilità del 2018 si è posta come goal la promozione della *Diversity & Inclusion*



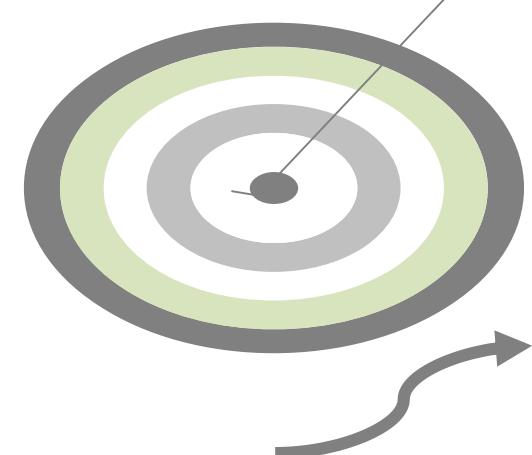
In questo contesto, i principi di sostenibilità e di parità di genere del Gruppo sono stati recepiti anche dal Settore Appalti e Contratti (Ufficio Acquisti) con il Progetto Gender Procurement

Nel 2018, l'Ufficio Acquisti ha esportato e promosso anche verso l'esterno le politiche a sostegno delle pari opportunità nell'ambiente di lavoro. **Gender Procurement Come Uno Degli Elementi Premianti Nelle Gare D'appalto.**

Primo in assoluto nel panorama italiano, l'Ufficio ha applicato nelle gare un sistema di voto premiante, tramite l'assegnazione di punti tecnici discrezionali, gli operatori economici in grado di presentare una **quota maggiore di figure femminili nel gruppo di lavoro soprattutto in ruoli manageriali.**



GOALS

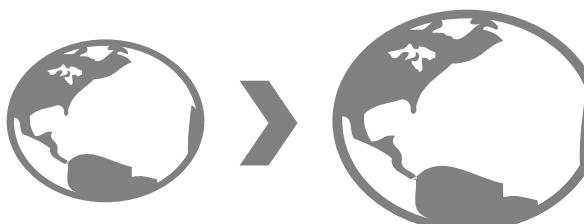


- ✓ **13** Procedure di Acquisto
- ✓ Impatto su tutto il **portfolio acquisti**
- ✓ **80** Fornitori coinvolti
- ✓ **50% di PMI** protagoniste
- ✓ **25 Milioni** di commesse
- ✓ Punteggio sul Gender per una media del **3%** sulla votazione totale



Beneficial Effect

- ✓ **Values**
- ✓ **Reputation**
- ✓ **Visibility**



# Acquisti Etici e Sostenibili

RIDURRE IL CONSUMO DI  
RISORSE, RIUTILIZZANDO I  
PRODOTTI E RICICLANDO PER  
GENERARE IMPATTO  
AMBIENTALE E SOCIALE  
POSITIVO

Patrizia Consolo  
*Procurement Program Manager*



# Ridurre il consumo di risorse, riutilizzando i prodotti riciclando per generare impatto ambientale e sociale positivo

Il Gruppo BNP Paribas ha riorganizzato i propri uffici concentrando molte attività delle società del Gruppo in due palazzi a Milano (Diamante) e Roma (Tiburtina).

Solo a Roma quasi **100.000 mq** di spazi lavorativi sono stati liberati e 75.000 mq di nuova concezione sono stati progettati e attivati.



**E stata attivata una nuova partnership con Legambiente per realizzare un progetto concreto di economia circolare**

## RISULTATI OTTENUTI

**300** realtà contattate e **100** le realtà beneficiarie

L'iniziativa ha evitato lo smaltimento in discarica di una superficie di spazi arredati equivalente a 4 campi di calcio e si è evoluta ed estesa a tutti i materiali informatici

Tutti i **15.000 dipendenti** del Gruppo in Italia sono stati invitati tramite la intranet aziendale a segnalare un ente non profit potenzialmente interessato a ricevere per finalità istituzionali il mobilio in dono

## IL PROGETTO PROGRESSIVAMENTE E' ENTRATO NEI PROCESSI D'ACQUISTO



**BNP PARIBAS**

La banca per un mondo che cambia

# Acquisti Etici e Sostenibili

CIRCULAR ECONOMY + K  
SOSTENIBILITÀ

Vincenzo Ferretti

*Procurement Intelligence,  
Global Infrastructure and Network  
Procurement*

Andrea Laterza

*Global Procurement Governance and  
Suppliers management*



# Sostenibilità dal punto di vista di Procurement



## Fattori K di Sostenibilità

In Enel si utilizzano dei Fattori K di rivalutazione delle offerte economiche per premiare gli aspetti legati alla Sostenibilità (sociali, ambientali, di salute e sicurezza).

**Libreria di K di sostenibilità** → Creata insieme all'unità di Sostenibilità, declinata su più Livelli «Ambientale, H&S, Sociale e Circular Economy»

### RISULTATI

- 14 Fattori K individuati con la possibilità di esser utilizzati dai Buyers a livello Globale, nei 34 paesi in cui è presente Enel;
- K attivato su ~300 contratti;

## Circular Economy con i fornitori Enel

Enel ha lanciato il progetto **CIRCULAR ECONOMY INITIATIVE FOR SUPPLIERS ENGAGEMENT**, con l'obiettivo di quantificare, interpretare e validare KPIs Ambientali derivanti dal ciclo manifatturiero di un Prodotto.

### BENEFICI PER ENEL

- ✓ Certificare le misurazioni attraverso protocolli e ente di certificazione esterno
- ✓ Definire un fattore di economia circolare da introdurre in gare future
- ✓ Migliorare gli indicatori di sostenibilità di gruppo attraverso una supply chain sostenibile

### BENEFICI PER FORNITORI

- ✓ Sistema virtuoso per i fornitori per comunicare le loro prestazioni ambientali
- ✓ Definire un benchmark per fissare obiettivi di miglioramento
- ✓ Ridurre l'esposizione al rischio di aumento prezzi delle materie prime (es. cause geopolitiche) e conseguente riduzione dei costi

### RISULTATI

- ✓ 5 protocolli di valutazione ambientale disponibili (*Turbine eoliche, Isolatori, Contatori, Interruttori, Pannelli fotovoltaici*)
- ✓ Circular Supplier Tool disponibile
- ✓ Copertura 17% della spesa totale a livello Globale
- ✓ Copertura 50% della spesa delle Forniture a livello Global

# Acquisti Etici e Sostenibili

SVILUPPO SOSTENIBILE  
OBIETTIVO #8



Gianluca Viotti  
*Senior Manager Appliances Purchasing*



# Sviluppo Sostenibile Obiettivo # 8

- ✓ Le attività Lavazza in ambito Corporate Social Responsibility, le hanno portato tra gli altri il riconoscimento come la **prima azienda in Italia** nel ranking della **Global Corporate Responsibility Reputation Track**.
- ✓ Acquisti con il supporto dell'ente CSR ha coinvolto uno dei principali fornitori di Macchine da Caffè localizzato in Cina su uno specifico obiettivo legato allo Sviluppo Sostenibile per il 2030: il progetto ha come ambito la **situazione dei lavoratori** al fine di migliorare le **condizioni di vita** e **ridurre il turnover** dei dipendenti dell'azienda.  
Tali situazioni influiscono oltre che sulle **pratiche CSR** anche sulla **capacità e qualità produttiva**, soprattutto in occasione di eventi specifici (come il Capodanno Cinese) durante i quali si generano **maggiori efforts** per l'azienda (ad esempio non qualità, minore produttività e tempo e costi legati alla formazione).
- ✓ Il coinvolgimento del fornitore, rispetto al piano operativo, ha riguardato un **assessment on site** con i lavoratori della durata di 2 mesi guidato da **CCR CSR (Center for Child Rights and Corporate Social Responsibility)**.  
Le tipologie di lavoratori su cui l'assessment si è maggiormente concentrata sono **i giovani (under 25)** e **i genitori migranti** legati alle tematiche dei **Diritti dell'infanzia**.
  - La metà della forza lavoro è costituita da **genitori, di cui Il 66% è separato dai figli**.
  - **I giovani lavoratori** sotto i 25 anni costituiscono **più di un quarto della forza lavoro**, ma hanno un tasso di **turnover molto alto**. (Il 51% dei giovani lavoratori intende rimanere per sei mesi massimo).
- ✓ I **fattori chiave del progetto** si possono riassumere in
  - Decisione di **approcciare il progetto in modo innovativo** con il supporto di un partner CSR dal fornitore
  - **Coinvolgimento attraverso KPI di business**, con peso maggiore in termini di impegno dell'organizzazione
  - **Risultati attesi legati sia ai lavoratori** per le condizioni di vita che **al Board** relativamente a temi di **qualità, efficienza e stabilità produttiva, minori perdite** e conseguenti prestazioni costanti del prodotto lato cliente
- ✓ Le **attività in corso** sono indirizzate per tutto il 2019 nel
  - supportare i **genitori lavoratori** migliorando le **case-famiglia** e maggiori risposte nella **cura dei bambini**
  - supportare i **giovani lavoratori** aumentando fidelizzazione attraverso di **percorsi di sviluppo di carriera**

# Acquisti Etici e Sostenibili



**Giorgio Carcea**  
*Chief Commercial Operating Officer*





*Sosteniamo la categoria Acquisti Etici e Sostenibili,  
In linea con la nostra veste di Green Travel Management  
Company.*

*Il nostro obiettivo: fornire ai nostri Clienti soluzioni e strumenti  
concreti per rendere i loro viaggi d'affari sostenibili.*

3° CLASSIFICATO



MOTIVAZIONE

*Un criterio di qualificazione dei fornitori a sostegno delle pari opportunità*

Acquisti Etici e  
Sostenibili

**THE WINNER IS...**



**BNL**  
GRUPPO BNP PARIBAS

**MOTIVAZIONE**

*Un progetto che contribuisce  
ad avere un impatto sociale ed  
ambientale positivo*

**Acquisti Etici e  
Sostenibili**

# 2° CLASSIFICATO



MOTIVAZIONE

*Un efficace modello di Circular Economy con i fornitori con l'obiettivo di validare KPIs Ambientali derivanti dal ciclo manifatturiero di un Prodotto*

Acquisti Etici e Sostenibili

# Premio fuori concorso

**LAVAZZA**

TORINO, ITALIA, 1895

## MOTIVAZIONE

*Un ottimo progetto di tutela e miglioramento delle condizioni lavorative e sociali del personale di fornitori cinesi.*

Gianluca Viotti

*Senior Manager Appliances Purchasing*



# PURCHASING PEOPLE AWARD





DIGITAL INNOVATION IN  
PROCUREMENT

Mario Mosca

*Head of Adoption,  
Global Procurement Digital Hub*

Fabio Di Gennaro

*Head of Data Protection, Cyber  
Security and Compliance, Global  
Procurement Digital Hub*

# Purchasing People



GRAZIE DELLA  
PARTECIPAZIONE  
VI ASPETTIAMO IL  
PROSSIMO ANNO CON  
NUOVE BEST PRACTICE!

